
Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Reseña Bibliográfica

20 retos para el turismo en España

Eugeni Aguiló Pérez, Salvador Anton Clavé (Coords.)

Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

Ediciones Piramide. Colección: Economía y Administración de Empresas

1ª Edición mayo 2015 - ISBN: 978-84-368-3313-3 (papel) ISBN: 978-84-368-3314-0 (digital, epub), 384 páginas

Por

Dr. Eduardo A. del Valle Tuero
Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)
Universidad de Oviedo
valleeduardo@uniovi.es

Dr. Luis Valdés Peláez
Departamento de Economía Aplicada
Universidad de Oviedo
lvaldes@uniovi.es

La Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) coincidiendo con su vigésimo aniversario, celebró el mismo realizando un ejercicio de reflexión y análisis sobre los retos de futuro y las cuestiones clave que influirán en el desarrollo turístico y a las que se enfrenta el turismo en España en los próximos años.

Este libro, muy oportuno en los momentos actuales que vive el turismo español ha sido editado por Ediciones Pirámide y coordinado por los catedráticos Eugeni Aguiló Pérez y Salvador Antón Clavé. Recoge las reflexiones realizadas por 27 expertos socios de AECIT, la mayoría integrados de la comunidad investigadora sobre el turismo existente en las universidades españolas.

Se estructura en 20 capítulos que recogen diferentes temáticas de interés y que parte de una distribución en 4 grandes Partes o ejes:

- Delimitar los grandes escenarios de transformación futura, en el marco global de los cambios a la que se verá sometida la actividad turística, a través del análisis de los mercados turísticos, las tendencias, el cambio climático, las tecnologías de la información, los cambios sociodemográficos, mercados emergentes, el turismo colaborativo y la ética en las políticas turísticas y empresariales.
- Definir las condiciones de desarrollo en los que se moverá el turismo a partir del análisis de la competencia global, las necesidades de rejuvenecimiento de destinos, la estacionalidad, concentración territorial, retos de futuro e innovaciones así como la renovación de destinos desde diferentes perspectivas: urbana, económica, ambiental...
- Analizar aquellas modalidades específicas del turismo que por su potencial impacto requieren un estudio más detallado, como son: el patrimonio cultural territorial, la industria de congresos y reuniones, los modelos P2P así como el turismo deportivo.
- Finaliza con una parte dedicada a revisar las visiones futuras desde la perspectiva del conocimiento, la cadena de valor y el impacto del turismo en un marco de aseguramiento de la sostenibilidad y competitividad.

El primer capítulo realizado por el profesor Masanori Hatanaka analiza en un contexto de globalización de mercados, los flujos de la demanda turística y los retos para el turismo en España, tanto desde el punto de vista receptor, con tendencias crecientes continuas y previsiblemente también futuras, como desde el punto de vista emisor, en donde se refleja la debilidad de la economía española generando incertidumbre en este aspecto.

El segundo capítulo, elaborado por la profesora Amparo Sancho y Bernardí Cabrer estudian la influencia de los países emergentes en las economías mundiales y cómo afectan al turismo. Realizan una interesante comparativa entre los flujos turísticos y el PIB estableciendo la dependencia entre ambas magnitudes. Por otra parte analizan la importancia de las inversiones y señalan la exigencia de que España establezca y consolide relaciones económicas con el conjunto de países emergentes de cara a posicionarse en el futuro.

El profesor Jaume Roselló aborda la influencia del cambio climático en el tercer capítulo. Realiza una exposición detallada de las metodológicas existentes para el estudio del cambio climático, identificando estrategias que permiten reducir y mitigar los efectos negativos sobre el turismo. Además, señala la necesidad de vigilar a través de indicadores los posibles efectos del cambio climático y tratar de adaptarse de forma continua tanto desde el punto de vista territorial como desde el lado de la demanda.

El capítulo cuarto elaborado por el profesor Antonio Guevara, estudia la importancia de las tecnologías de la información y comunicación en el turismo. Además de analizar la influencia de las TIC, señala cuatro retos para el turismo desde la perspectiva de los cambios tecnológicos: “socialización de la tecnología”, el “Internet de las cosas”, la “nube” y la intermodalidad en el transporte. Todo ello conduciría a un reto más complicado que sería el “destino turístico inteligente”. Para lograrlo, es necesario actuar en innovación, en formación pero también implica asumir políticas de

inversión y de regulación (P2P). Señala la importancia que tiene la integración de las innovaciones en las empresas y en la sociedad, subrayando que las tecnologías, por sí solas, no son siempre útiles.

Las profesoras Luisa Andreu y Ana González, plantean la influencia en el turismo de los nuevos estilos de vida, los cambios demográficos y nuevos mercados emergentes. Cambios que se producen en la población que viaja, fundamentalmente por razones demográficas (envejecimiento activo, estructuras familiares, aumento de la población mundial, migración, globalización...) pero también por estilos de vida, hábitos saludables, la demanda de sensaciones y experiencias... Todo ellos factores que inciden, junto con la aparición de nuevos mercados, en la exigencia de conocer y adaptarse por parte de la oferta.

El turismo colaborativo dentro de los retos para el turismo español es también tratado por el profesor Antonio Paolo en el sexto capítulo de forma amplia, analizando los antecedentes y modelos colaborativos existentes, la importancia de las plataformas tecnológicas que permiten su expansión a nivel mundial y los retos que para el turismo español suponen en cuanto a su desarrollo, la necesidad de su regulación pues deben coexistir modelos turísticos tradicionales con nuevas ofertas que surgen a través del denominado turismo colaborativo.

Para finalizar la primera parte, el profesor Carlos Antonio Albacete señala en el séptimo capítulo que las empresas deben asumir criterios éticos y responsables, a pesar de las dificultades intrínsecas que suponen los diferentes objetivos y principios que rigen en las mismas desde el punto de vista del beneficio empresarial. Pero también aborda la necesidad de ética en el conjunto de la actividad turística, desde el cliente hasta las autoridades, agentes de desarrollo, comunidades, etc. Un reto ciertamente importante que requiere ciertamente de un fuerte liderazgo de cara a la sostenibilidad del turismo.

La segunda parte dedicada a las condiciones de desarrollo de la actividad turística, comienza en el capítulo octavo, elaborado por la profesora Lidia Andrades, la cual trata nuevamente la influencia de nuevos destinos y el aumento de la competencia. Si bien hay elementos que ya se han señalado en capítulos anteriores, destacar la propuesta de articular redes de colaboración entre los agentes de cara a mejorar la gestión integral de los destinos, así como dotarse de estrategias de marketing digital.

En el capítulo noveno, María Cordente, Juan Antonio Mondéjar y Águeda Esteban analizan los cambios del consumidor y sus motivaciones, considerando los diferentes tipos y segmentos turísticos que han de ser tenidos en cuenta de cara al futuro. Destacan que los viajes responden a múltiples motivaciones, con intereses especiales (TIE) y demandas específicas que requieren la necesaria adaptación del destino y de las empresas turísticas.

Uno de los problemas recurrentes que siempre aparecen diagnosticados en el turismo es la estacionalidad. El profesor Josep M^a Espinet realiza un pormenorizado análisis de este tema, enumerando los factores que la originan, sus efectos y proponiendo alternativas y propuestas de cara a reducir la estacionalidad. Cabe destacar que el autor identifica como elemento clave para lograr este objetivo la colaboración entre agentes, actitudes innovadoras y dinámicas, aprovechar la

tecnología y apoyar la investigación para poder definir claramente la situación y alternativas que deberán ser, de cara a su implementación, económica y socialmente viables.

La gestión de los destinos turísticos es tratada por el profesor Andrés Artal, desde un análisis inicial de los principales destinos nacionales, así como los retos para las empresas turísticas y en tercer lugar desde la política turística. Concluye este autor que uno de los retos del turismo nacional es el componente sostenible del destino frente a un modelo actual que se concentra en la costa mediterránea y elevada estacionalidad. En el ámbito de las empresas señala la necesidad de avanzar en la formación y profesionalización de los recursos humanos, además de mejorar en la calidad. Finalmente la política turística debe contar claramente con un marco de actuación, donde predomine la coordinación de actividades público-privadas, además de la cooperación entre destinos.

El capítulo duodécimo del libro aborda de nuevo un tema que ya sale reflejado en anteriores epígrafes: la innovación. En este caso, la profesora Inmaculada Martín trata esta cuestión desde la condición de ser creativos y la diferencia entre innovaciones tecnológicas y no tecnológicas. A su vez delimita cómo las TIC están influyendo en la demanda turística y el impacto que en el turismo están suponiendo, no sólo en términos de aumento de competitividad sino también como generadoras de nuevas oportunidades para que las empresas puedan anticiparse y lograr ventajas competitivas, siendo necesario cierto cambio en la cultura empresarial.

El profesor Diego López cierra esta segunda parte planteando las iniciativas de renovación de destinos como elementos de política turística. Realiza una exposición de las diferentes estrategias de renovación de destinos y propone que integren aspectos no solo territoriales, económicos y urbanísticos, sino además criterios ambientales básicos, donde se parta del conocimiento, el compromiso a largo plazo, la viabilidad y diversificación funcional, reforzando los valores culturales y paisajísticos. Reclamando un sistema de indicadores que evalúen esas políticas con criterios sostenibles en términos de energía, movilidad, calidad ambiental e impacto del cambio climático. Todo ello desde un nuevo enfoque de gobernanza participativa, con transparencia y cooperación público-privada.

En la tercera parte del libro se hace referencia a modalidades de turismo específicas de interés para el turismo español. Comienza en el capítulo decimocuarto, elaborado por el profesor Miguel Ángel Troitiño, donde realiza un completo análisis de las nuevas perspectivas en las relaciones entre patrimonio y turismo, los diferentes tratamientos y la necesidad de conservar pero a su vez activar el uso turístico. Identifica como estrategia de futuro la configuración de “destinos patrimoniales integradores” en clave social, que incorporen criterios de complementariedad entre el patrimonio y el turismo, con nuevos retos en la gestión, equilibrio funcional, flujos de visitas, movilidad, conservación... donde se integren estrategias de gestión multifuncionales que primen el crecimiento cualitativo, las cuales requieren un amplio consenso y políticas públicas coordinadas.

El capítulo decimoquinto está dedicado a la industria de congresos y reuniones. El autor, Eduardo del Valle, realiza un análisis de las principales magnitudes de este tipo

de turismo en España y las tendencias actuales que se están produciendo en los operadores turísticos y las empresas que intervienen en el mismo. La globalización de los mercados y el uso de las tecnologías son elementos fundamentales que condicionaran la competitividad de las empresas y destinos turísticos que operan en el segmento del turismo de reuniones y donde la flexibilidad de las empresas y destinos, así como la capacidad de adaptación y tiempos de respuesta serán ventajas competitivas claves.

El capítulo decimosexto, elaborado por la profesora Mónica Figuerola trata nuevamente el tema de las redes *peer to peer* P2P, orientando el mismo hacia la descripción de los diferentes modelos de negocio según distintos estudios, identificado sus ventajas y desventajas. La autora señala los problemas de opacidad laboral y fiscal, junto a la falta de regulación de dichos modelos P2P que suponen tensiones importantes con otros modelos de negocio.

Finalizan esta tercera parte, Margarita Latiesa y José Luis Paniza, que analizan la convergencia del turismo y el deporte, diferenciando entre el turismo deportivo y el turismo vacacional deportivo. Además de la caracterización conceptual, realizan una aproximación cuantitativa de la importancia a pesar de la escasa información disponible señalando la necesidad de profundizar en esta línea de investigación. Plantean como reto integrar y planificar la actividad turística y la deportiva, pues consideran que los nuevos hábitos de vida saludables seguirán creciendo y el interés por el deporte generará nuevos nichos de mercado.

El capítulo decimooctavo titulado “La formación, la investigación y la exportación del conocimiento del sector turístico” da paso al cuarto bloque del libro dedicado a las visiones sobre el futuro del turismo. El capítulo elaborado por Sergio Moreno y Patricia Picazo ahondan en la necesidad de formación, pero sobre todo en investigación aplicada que permita colaborar entre si la parte científica académica con los empresarios y la gestión pública.

El capítulo decimonoveno es asumido por el profesor Juan Ignacio Pulido, que realiza un análisis de los estudios de impacto económico en turismo y la importancia de medir ese impacto en el ámbito regional. Presenta de forma extensa el enfoque de la cadena de valor, como herramienta para valorar el turismo y su papel en el desarrollo económico local y regional, siempre útil en la gestión pública de los destinos.

Los coordinadores del libro, Eugeni Aguiló y Salvador Antón, finalizan en el capítulo vigésimo, identificando al turismo como un sector complejo y cuyo máximo reto es asegurar su competitividad y sostenibilidad. En este capítulo, recogen de forma resumida las tendencias futuras, así como los ejes de transformación en que se moverá el turismo en un próximo futuro, especialmente por los desafíos que se plantean en cuestiones de: política de destino, gobernanza, conocimiento, innovación, creatividad y responsabilidad social corporativa.

En resumen, es un libro que profundiza en el análisis de las cuestiones clave y aspectos actuales e ineludibles que han de ser abordados dentro de los retos y estrategias del turismo español, considerando no solo la necesidad de renovarse y adaptarse tanto a los mercados actuales, como a nuevos segmentos de demanda. Un libro donde se profundiza en elementos clave como la estacionalidad, las tecnologías,

el turismo colaborativo, la creatividad y la innovación, anticipando estrategias ante la globalización de los mercados, con una visión geopolítica mundial que permita prever los elementos que condicionaran la expansión o recesión de la actividad turística. Asimismo, las diferentes lecturas, coinciden en destacar la importancia de la colaboración público-privada, la integración de los agentes sociales y la exigencia de incorporar criterios éticos tanto en las políticas turísticas como en la gestión de las empresas. Una ética obligada para maximizar los beneficios del turismo y a su vez reducir los efectos negativos del mismo, desde la perspectiva de la sostenibilidad y competitividad de las empresas y especialmente de los destinos turísticos en su conjunto.